

T & Consumi **iritti**

L'EDITORIALE del Presidente nazionale MDC Antonio Longo



Ricordate la straordinaria sequenza della vendita della Fontana di Trevi nel film "Totò truffa" del 1961?

Negli ultimi anni sono sempre più raffinati gli strumenti utilizzati da personaggi e organizzazioni senza scrupoli per carpire la buona fede dei consumatori.

Siamo aggrediti ogni giorno da sms e telefonate che ci avvertono di presunti pericoli di truffe, invitandoci a svelare i codici che poi permettono ai truffatori di svuotare i conti banca o di utilizzare le carte di credito.

L'ultima frontiera della truffa è il falso trading online. Con l'aiuto dell'IA, vengono proposte false interviste-scoop a personaggi dell'economia, dello spettacolo, della politica, a influencer che invitano ad investire piccole somme che poi daranno alti guadagni, grazie a investimenti molto "furbi". È l'altra faccia (negativa!) della digitalizzazione crescente, dell'uso dei social, dell'attivazione di piattaforme online e app.

La prevenzione passa soprattutto dalla conoscenza: sapere come funzionano questi raggiri, quali sono le modalità più usate, quali segnali di allarme ci sono.

MDC in questi anni ha informato i cittadini con webinar, campagne social, guide digitali e stampate, articoli anche su questo periodico **Diritti&Consumi**.

Seguiteci e rischierete di meno!

IN PRIMO PIANO Le truffe digitali

Le truffe digitali sono sempre più sofisticate e colpiscono in modo indiscriminato tutte le fasce di utenti. Se ne discuterà durante il **webinar "Truffe? No, grazie!"** organizzato dal Movimento Difesa del Cittadino (MDC) in collaborazione con UniCredit, nell'ambito di Noi&UniCredit. Nel 2024, la Polizia postale ha trattato 18.714 casi di truffe online con un incremento del 15% rispetto al 2023.

Segue a pagina 2

IN QUESTO NUMERO

| | |
|----------------------------------|-----------------|
| Focus I.A. | pagina 3 |
| Speciale Progetti MDC ... | pagina 4 |
| Gli interventi | pagina 5 |
| Dalle Sedi | pagina 6 |
| Il Servizio Civile | pagina 7 |

LE TRUFFE DIGITALI

“Il dubbio è l’inizio della conoscenza” (delle truffe): la massima attribuita a Cartesio si rivela la migliore strategia per evitare di abboccare a una miriade di truffe online sempre più sofisticate e che colpiscono in modo indiscriminato tutte le fasce di utenti.

Se ne discuterà a inizio luglio durante il webinar “Truffe? No, grazie!” organizzato dal Movimento Difesa del Cittadino (MDC) in collaborazione con UniCredit, **nell’ambito di Noi&UniCredit, l’accordo di collaborazione fra la banca e le associazioni dei consumatori** di rilevanza nazionale che quest’anno celebra il suo ventennale confermandosi la più longeva collaborazione con le Associazioni dei Consumatori nel panorama bancario italiano.

Nel 2024, la Polizia postale ha trattato 18.714 casi di truffe online con un incremento del 15% rispetto ai 16.325 del 2023.

Il numero di persone coinvolte in truffe e tentativi è stato di 2,8 milioni, mentre le somme sottratte hanno subito un notevole aumento del 32% passando da 137 milioni a 181 milioni. Alle truffe si sommano le frodi pari a 48 milioni di euro, +20% rispetto al 2023. **I tentativi di truffa non colpiscono soltanto gli utenti più vulnerabili e con scarsa o nulla competenza digitale.**

Nel 2024, il 35% degli over 65 ha subito almeno un tentativo di truffa bancaria o telefonica, ma il 75% non sa riconoscere un messaggio di phishing.

Le principali truffe elaborate dall’ingegneria sociale (**social engineering**) per impossessarsi di dati personali sensibili e bancari per sottrarre denaro sono: il **phishing**,

tramite l’invio di una e-mail malevola che ha lo scopo di spingere la vittima a rivelare dati sensibili; lo **smishing**, attraverso chat e SMS vengono inviati messaggi fasulli per indurre le persone a scaricare malware, condividere informazioni sensibili o inviare denaro, come nel caso delle cosiddette truffe romantiche; il **vishing** attraverso chiamate fatte con l’obiettivo di appropriarsi di dati personali e per sottrarre somme di denaro; il **quishing** attraverso QR Code che, una volta scansionati, possono scaricare malware sul dispositivo della vittima o indirizzare ad una falsa pagina di accesso all’Internet banking.

I truffatori, sempre più abili, hanno escogitato strumenti per sottrarre denaro e dati sensibili durante il prelievo allo sportello bancomat (ATM). Per questo è necessario **verificare sempre che la tastiera aderisca bene all’ATM perché potrebbe esserne stata sovrapposta un’altra, controllare che la fessura dove si inserisce la carta non sia stata manomessa e verificare che nella parte superiore non ci siano fori, dove potrebbero essere state inserite microtelecamere. Inoltre, mentre si compiono operazioni all’ATM è consigliato non accettare aiuto da terzi né farsi distrarre.**

Le truffe corrono anche sui siti di ecommerce, dove bisogna diffidare se un prodotto viene venduto a una cifra notevolmente inferiore al prezzo di mercato.

Una truffa molto nota è quella dei **falsi investimenti** in cui alla vittima viene richiesto di predisporre bonifici verso conti, spesso esteri, con una cadenza regolare e in caso di richiesta di restituzione dell’investimento i truffatori richiedono il pagamento di commissioni/tasse per svincolare l’investimento. In questo caso, occorre verificare sul sito ufficiale della Consob l’esistenza dell’azienda di trading in questione.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIRITTI DEI CONSUMATORI:

Una combinazione difficile

Giorgio Gabrielli

Solution Architect e webmaster Mdc



In una “antica” intervista Jeff Bezos racconta a Jay Leno come fosse possibile che la sua azienda perdesse milioni di dollari ogni anno, e ogni anno di più dell’anno precedente, pur mantenendo un valore economico elevato.

Jay Leno lo sbeffeggiava, il pubblico in studio rideva e anche Jeff Bezos ridacchiava e rispondeva quasi imbarazzato che la sua “Amazon” stava cambiando le cose vendendo on-line e prima di essere profittevoli c’era bisogno di tempo. Di tanto tempo e di tanti investimenti.

L’intervista era a 5 anni dalla fondazione e a 4 da quello che sarebbe stato il primo bilancio positivo: 9 anni di investimento continuo.

Sono passati poco più di 25 anni da quella intervista ed effettivamente dobbiamo riconoscere che l’imprenditore aveva ragione, visto che ora lui è uno dei multimiliardari del pianeta e Amazon è un colosso mondiale che tra il 2020 e il 2024 ha visto i suoi ricavi aumentati di più del 65%.

Ora Amazon vale circa 1.500 miliardi di dollari.

Ma non è un caso unico: ad esempio Meta (l’azienda che possiede, per citarne i maggiori, i social network Facebook, Instagram e il diffusissimo Whatsapp) ha impiegato 5 anni per essere profittevole (dal 2004 al 2009) e ora vale circa 900 miliardi di dollari. Altro esempio Netflix, che ha impiegato 6 anni per essere profittevole e ora vale circa 250 miliardi di dollari.

Qual è il punto di svolta?

In tutti e tre i casi il punto di svolta è derivato dalla creazione di un algoritmo che è riuscito a “comprendere”, quando non ad “anticipare”, i gusti dei clienti. Analizzare tutti i dati che erano su Facebook ed estrarre tutte le informazioni “racchiuse” all’interno dei messaggi scambiati tra conoscenti, per proporre messaggi pubblicitari diretti, mirati; analizzare le propensioni di spesa o anche solo cosa si sta guardando in modo da poter proporre prodotti sempre in linea con gli interessi, con i gusti e con la capacità di spesa del cliente. Questo solo per citare le esperienze di

Facebook e Amazon.

I ricavi sono generati dalla Pubblicità quindi.

Per comprendere la situazione che vediamo con l’Intelligenza Artificiale dobbiamo partire prima di tutto da questo “ecosistema” che è quello attuale dell’Information Technology.

Ma la raccolta delle informazioni da parte delle aziende multinazionali sarà ancora più capillare e ancora più potente, tanto da poter condizionare i comportamenti dei consumatori, più di quanto non avvenga adesso.

Non è uno scenario apocalittico, né tantomeno dettato dalla mia fantasia fantascientifica, ma una situazione già in atto.

L’obiettivo di quella che viene chiamata “IA” è quello di analizzare una gran mole di dati, a volte apparentemente insignificanti, e “dedurre” degli schemi di comportamento che possano identificare dei consumatori-tipo che possano essere poi “target” delle campagne pubblicitarie.

Ma proprio perché vende “Pubblicità”, l’intelligenza artificiale non è “neutra”. Non risponde solamente in base alle conoscenze o alle informazioni “corrette” e “obiettive”. Così come non è “neutro” Google come motore di ricerca, proponendo tra i primi risultati quelli “sponsorizzati”.

Le autorità nazionali ed europee cercano di limitare il mercato dei dati personali – ad esempio con il GDPR in Europa – ma il braccio di ferro tra autorità e mercato è sul piano del consenso informato da parte dell’utente.

Ed è l’utente il “vaso di coccio tra i vasi di ferro”: informato con un documento legale spesso scritto in modo poco chiaro, che – dati alla mano – meno dello 0,5 % degli utenti legge completamente, è disinvoltamente propenso a cedere i propri dati personali per avere il servizio in modo gratuito.

Con questo non voglio assolutamente dire che dobbiamo bandire l’Intelligenza Artificiale: può essere un alleato prezioso anche per il consumatore per rendere i servizi più accessibili, per snellire la burocrazia.

Molto spesso sono i sistemi IA a individuare truffe o comportamenti anomali di pagamento con la Carta di Credito e bloccare i prelievi dai nostri conti correnti.

Però dobbiamo essere noi, in quanto consumatori prima ancora di cittadini, a comportarci in modo da rimanere vigili per non far modificare i nostri metodi di consumo e anche i nostri stati emotivi.

Dobbiamo chiederci quante e quali informazioni personali stiamo condividendo mentre scriviamo un prompt verso l’intelligenza artificiale, se sono davvero necessarie per fornirci il risultato, consapevoli che dall’altra parte dello schermo non c’è un amico tuttologo e servizievole, ma una azienda che persegue i propri interessi, anche nel caso questi confliggano con i nostri.

Direi che la vera sfida quotidiana non è rendere le macchine più “umane”, ma ricordarci noi di esserlo.

PROGETTI MDC

PROGETTO DRIN

Debt Relief Initiative



Drin

DEBT RELIEF INITIATIVE

Nel mese di maggio, il Movimento Difesa del Cittadino, ha lanciato il progetto DRIN (Debt Relief Initiative), insieme ad Adiconsum, per prevenire e gestire l'indebitamento delle famiglie.

Il progetto è promosso e finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Single Market Programme-Consumatori 2024 e punta non solo a **fare prevenzione, ma anche a fornire assistenza e consulenza gratuita e qualificata.**

Il progetto ha come obiettivo principale quello di creare le basi per una **prevenzione efficace e una gestione attenta dell'indebitamento delle famiglie**, attraverso un ampio approccio multi-stakeholder al problema e un intenso lavoro sul campo rivolto ai **gruppi target**: consumatori; consulenti del debito; professionisti coinvolti nelle procedure giudiziarie di risoluzione delle crisi da sovraindebitamento; dirigenti e operatori del credito delle grandi catene di distribuzione e di altri esercenti che fanno largo uso del credito al consumo; decisori politici.

Il progetto prevede inoltre **materiali educativi dedicati e attività di supporto**, realizzati in collaborazione con associazioni sul territorio, **per rispondere ai bisogni specifici del gruppo vulnerabile delle donne**, che spesso si trovano in condizioni di difficoltà economica legate ad altri

fattori di svantaggio, come la precarietà lavorativa, il carico familiare, l'esclusione sociale, la scarsa alfabetizzazione digitale e finanziaria, le disuguaglianze, e l'essere vittime di violenza o discriminazione.

L'indebitamento delle famiglie è un fenomeno molto complesso che presenta molteplici sfaccettature e come tale va affrontato.

Nel 2022, secondo l'ultimo rapporto di Bankitalia, il 26% delle famiglie italiane era indebitato. Secondo le proiezioni del modello di microsimulazione della Banca d'Italia diffuse ad aprile 2025, la vulnerabilità finanziaria delle famiglie peggiorerebbe di circa un decimo di punto (al 7,7, dal 7,6% del debito delle famiglie) nel corso del 2025. In presenza di uno scenario particolarmente avverso l'indebitamento dei nuclei finanziariamente fragili aumenterebbe in misura contenuta, al 9,0%.

L'indebitamento si innesta in un quadro economico in cui il potere d'acquisto dei consumatori continua a flettersi. Dai dati Istat relativi al quarto trimestre 2024 emerge che il reddito disponibile delle famiglie consumatrici è diminuito dello 0,1% rispetto al trimestre precedente, mentre i consumi sono cresciuti in termini nominali dello 0,7%.

La propensione al risparmio delle famiglie consumatrici è stata pari all'8,5%, in diminuzione di 0,6 punti percentuali rispetto al trimestre precedente.

I prezzi al consumo sono aumentati dello 0,5% rispetto al trimestre precedente, determinando una flessione del potere d'acquisto dello 0,6%.



**Funded by
the European Union**

*Finanziato dall'Unione Europea.
Single Market Programme – Consumatori 2024*

GLI INTERVENTI

SATISPAY:

MDC chiede ad AGCM
verifica trasparenza pubblicità
“Salvadanaio recuperato”



Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) ha presentato un esposto all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), alla Consob e alla Banca d'Italia chiedendo di verificare **la correttezza e la trasparenza della campagna pubblicitaria “Salvadanaio recuperato” di Satispay.**

La società propone un investimento con un rendimento annuo lordo del 2,24% e con un profilo di rischio basso, ma non indica in modo altrettanto visibile che le cifre vengono investite in un fondo monetario senza rendimenti garantiti.

Il potenziale investitore viene indirizzato a leggere una nota, di gran lunga meno visibile rispetto all'offerta sul rendimento, in cui si afferma che il capitale non è garantito e il rendimento è variabile.

La minore visibilità di questa variabile potrebbe indurre il consumatore a ritenere che si tratti di un investimento “sicuro”, mentre invece non vi è alcuna certezza né sul rendimento né sulla restituzione dell'intero capitale.

La pubblicità evidenzia che è possibile disinvestire il capitale e averlo a disposizione entro un giorno lavorativo in qualsiasi momento, senza però dare la necessaria visibilità alle commissioni di gestione più elevate in caso di uscita dopo oltre un mese.

“La campagna pubblicitaria ‘Salvadanaio recuperato’ sembra essere ingannevole perché la mancata trasparenza su informazioni essenziali può condizionare le scelte del consumatore, come disciplinato dal Codice del Consumo”, evidenzia MDC nell'esposto.

SPID:

MDC “inaccettabile rischio servizio a pagamento per ritardi P.A.”



Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) sollecita lo **sblocco dei 40 milioni di euro di finanziamenti pubblici destinati agli operatori che forniscono i servizi di identità digitale (SPID)**, inseriti in un emendamento al decreto sul Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), per scongiurare costi forzati a carico degli utenti. Oggi in Italia sono più di 39 milioni le identità digitali attive e più del 70% è gestito da Poste Italiane. Alcuni degli altri gestori, però, hanno già avviato i meccanismi di pagamento del servizio, in vista della scadenza il 9 luglio delle convenzioni con lo Stato. *“Senza lo sblocco dei fondi, potrebbe concretizzarsi il rischio di dover pagare un servizio diventato ormai necessario per i cittadini per interagire con la pubblica amministrazione”*, afferma MDC.

Per l'associazione di consumatori “è paradossale che il cittadino debba pagare un servizio, la cui adesione è stata incentivata per anni, a causa dei ritardi burocratici”. Non convince, poi, l'alternativa allo SPID: la carta d'identità elettronica (CIE). A oggi il 90% degli accessi ai servizi digitali della P.A. avviene tramite SPID, segno di una preferenza specifica da parte dell'utente. Inoltre, l'ipotizzata sostituzione dello SPID con la CIE sembra lontana dall'essere realistica, considerando le difficoltà persistenti dei cittadini a ottenerla.

In molti Comuni i tempi per avere la CIE sono molto lunghi, le modalità di utilizzo non sono friendly perché necessitano di implementazione della CIE nei cellulari e l'intero meccanismo risulta essere più complicato rispetto a SPID. MDC si schiererà, come sempre, al fianco degli utenti nel caso di costi a carico dei fruitori del servizio per lungaggini della P.A.

CALABRIA

Sanità al collasso, serve una riforma vera, non soluzioni d'emergenza



“Non servono rattoppi folkloristici, ma una riforma strutturale urgente” del settore sanitario in Calabria.

E' quanto denuncia Giorgio Durante, coordinatore del Movimento Difesa del Cittadino Calabria.

Decine di persone, compresi gli anziani, sono costretti a fare la fila dall'alba ai vari CUP sperando di prenotare esami con il Servizio Sanitario Nazionale.

Non cambia la situazione nei pronto soccorso, con scene di caos. *“Un anziano in fila prima dell'alba non è da paese civile”*, ribadisce Durante. *“È la prova di un sistema collassato e di istituzioni assenti”*.

La battaglia del Movimento Difesa del Cittadino continua, anche per migliorare l'accesso alle cure e ridurre le liste d'attesa, soprattutto per i malati oncologici. Durante lamenta anche il fenomeno del “turismo sanitario”, con pazienti costretti a spostarsi fuori regione per curarsi. *“Lo sfascio è evidente, ora servono soluzioni concrete”*, conclude.



LIGURIA

Bollette alle stelle per contatore guasto: vinta conciliazione



Grazie all'intervento del **Movimento Difesa del Cittadino**, un cittadino residente a Calice al Cornoviglio (SP) ha ottenuto l'annullamento di fatture da parte di ACAM Acque per un totale di 2.582,76 euro.

A ottobre 2024, improvvisamente il cittadino ha iniziato a ricevere bollette con cifre sempre più alte. Nonostante i reclami, il fornitore non è intervenuto.

Attraverso MDC Liguria, è stata avviata la procedura di conciliazione con cui l'utente ha ottenuto anche la sostituzione del contatore guasto.



CONVERGENZE CIVILI

Gaia Chiacchiera

Selezionata nel progetto del Servizio Civile Universale
"DIRITTI AL PLURALE"

Gli elettori scelgono sempre più le cabine del mare a quelle elettorali. L'affluenza alle elezioni amministrative del maggio scorso ha di poco superato il 56%, mentre per il referendum abrogativo di giugno solo il 30,6% degli italiani hanno votato.

Il nostro sistema politico e la struttura economica della nostra società sono lontani dalle esigenze del popolo e si rivelano incapaci di affrontare e risolvere alla radice fenomeni di primaria importanza come il lavoro precario, il "caro affitti", l'accesso alla sanità e all'istruzione o l'emergenza climatica. Il risultato è un sentimento di sfiducia e l'idea che la partecipazione politica sia diventata inutile, con un conseguente scollamento tra cittadinanza, politica e istituzioni. Per i cittadini impegnati non è sempre semplice scontrarsi con questo asfissiante disinteresse verso la partecipazione alla res publica: come non perdersi d'animo? Cosa fare? Se lo chiede **Gaia Chiacchiera, selezionata nel progetto del Servizio Civile Universale "DIRITTI AL PLURALE" nell'APS "Movimento Difesa del Cittadino" (MDC).**

"Il testo del progetto di 'Diritti al plurale', che ho avuto

l'opportunità di leggere in fase di invio della domanda di partecipazione al servizio civile, ha catturato da subito il mio interesse. È un progetto di prossimità con il cittadino, volto a tutelare i diritti in varie declinazioni, facilitando l'accesso ai servizi, alle informazioni e alle opportunità, soprattutto per persone con fragilità colpite dall'emergenza sociale. Un progetto nobile, e che rispecchia il mio rapporto con l'impegno sociale. E fin dal primo contatto con MDC ho percepito una convergenza su valori ed obiettivi che caratterizzano loro e l'associazione Universitaria in cui mi spendo. La sola differenza che posso trovare tra MDC e la mia associazione universitaria è il target a cui ci rivolgiamo. All'Università parlo con gli studenti, quando sono al Servizio Civile parlo con i cittadini. Ma in entrambi i contesti l'obiettivo è ampliare il bagaglio dei diritti.

E cosa sono gli studenti se non cittadini?", afferma Gaia. La giovane impegnata nel Servizio civile dice che "come studenti universitari vogliamo modificare le dinamiche del mondo accademico, rendendo l'istruzione accessibile a tutti. Purtroppo è molto difficile far capire che quello che chiediamo non è nulla di più vicino al realizzabile, e che con il minimo sforzo di tutti, potrebbe rendersi concreto e non soltanto scritto nei volantini propagandistici".

"Talvolta si può rifuggire nella tristezza davanti ad un presente che non cambia mai e che quando lo fa non è mai in meglio: incontrare persone motivate e positive come quelle di MDC, pronte a mettersi a disposizione per il cittadino, e quindi per la società, fa scomparire il senso di impotenza dettato dall'individualismo. Trovare un'ampia comunità capace di utilizzare un linguaggio universale per trasmettere un desiderio di Welfare ricco di opportunità per la pluralità, e non privilegio per pochi, ha dato nuova consapevolezza anche alla mia breve esperienza da cittadina responsabile e al mio impegno di rappresentanza universitaria, arricchendo ciò che fino ad ora ho imparato: non bisogna mai darsi per vinti! E io sono convinta che una Società più giusta e più coesa, sia possibile!", conclude Gaia.



DIRITTI&CONSUMI

IL MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO
Periodico mensile

Numero di iscrizione al Tribunale di Roma – Sezione Stampa
- 503/00 del 28.11.2000

Direttore Responsabile: Antonio Longo

Redazione: Gerry Mottola (caporedattore),
Monica Mazza, Francesca Costabile, Daniela D'Amore

Hanno collaborato a questo numero: Gaia Chiacchiera,
Giorgio Gabrielli

Progetto Grafico: Eleonora Salvato

Responsabile Ufficio stampa: Monica Mazza
ufficiostampa@mdc.it

Sede e Redazione: Via Casilina, 3/T - 00182 Roma

Tel. 064881891

Mail: info@mdc.it

Stampa: Cimer Tipografia

Via Marcantonio Bragadin, 12 - 00136 Roma

Finito di stampare il 30/06/2025

La testata non riceve alcun finanziamento pubblico.



*Il Movimento Difesa del Cittadino è un'associazione fondata nel 1987 per tutelare i diritti civili dei cittadini da ogni forma di abuso da parte della burocrazia e delle aziende nei rapporti di consumo, con l'obiettivo di rendere i rapporti tra cittadino e Pubblica Amministrazione più trasparenti, promuovendo l'accesso all'informazione e favorendo la fruizione dei servizi pubblici. Quale associazione rappresentativa a livello nazionale siamo nel **Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti** presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Il Movimento è iscritto nel registro unico presso il Ministero del Lavoro e svolge attività contro le discriminazioni di ogni genere con il riconoscimento dell'**Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali**. Siamo iscritti al **Registro per la trasparenza della Commissione Europea** e al **Registro dei Portatori di interesse** presso il MIMIT. Siamo parte della **Consulta delle Associazioni dei Consumatori e dei Produttori sulla sicurezza alimentare**, presso il Ministero della Salute. Facciamo parte anche di **Consumers' Forum**, del **Forum Ania Consumatori**, di **Unirec** e di **O.I.C.** (Osservatorio Imprese e Consumatori). La nostra rete di oltre 100 sedi e sportelli in 18 regioni italiane offre quotidianamente ai soci servizi di consulenza e assistenza con esperti qualificati per tutte le problematiche connesse al risparmio consapevole e sicuro per i consumatori.*

L'ISCRIZIONE A MDC COSTA SOLO 1 EURO!

TENITI AGGIORNATO SU WWW.DIFESADELLECITTADINO.IT



SCOPRI TUTTO SU MDC
WWW.DIFESADELLECITTADINO.IT

**I DIRITTI DEI CONSUMATORI
VALGONO LA TUA DONAZIONE**

DONACI IL TUO 5X1000

PERCHÉ MDC SI MUOVE CON I CITTADINI PER DIFENDERNE I DIRITTI



CF 97055270587

seguici su



Movimento Difesa del Cittadino



Difesa del Cittadino



Cittadini in TV



Movimento Difesa del Cittadino



MDC Nazionale



MDC Nazionale



@movimentodifesadelcittadino



@mdc.nazionale